



**IV CONGRESSO INTERNACIONAL DE CIBERJORNALISMO
IV INTERNATIONAL CONFERENCE ON ONLINE JOURNALISM**

04/05 Dezembro 2014

Faculdade de Letras da Universidade do Porto

Livro de Atas – Março 2015

Proceedings – March 2015

Ana Isabel Reis, Fernando Zamith, Helder Bastos, Pedro Jerónimo , (org.)

Observatório do Ciberjornalismo (ObCiber)

Livro de Atas IV CONGRESSO INTERNACIONAL DE CIBERJORNALISMO
Março 2015

Proceedings IV INTERNATIONAL CONFERENCE ON ONLINE
JOURNALISM
March 2015

Ana Isabel Reis, Fernando Zamith, Helder Bastos, Pedro Jerónimo (org.)

Observatório do Ciberjornalismo (ObCiber)

Porto

ISBN: 978-989-98199-1-7

A INTERATIVIDADE NOS SITES NOTICIOSOS E A CONTRIBUIÇÃO DO UTILIZADOR: ESTUDO DE CASO, LIMITES E DESAFIOS

Joana Carvalho

Universidade do Porto

joanacosta.carvalho13@gmail.com

Fernando Zamith

Universidade do Porto

zamith@gmail.com

Resumo

Comentar *online* tornou-se num diálogo global, num macro espaço de conversação que carece de discussões construtivas. Num meio desregulado, é urgente pensar em medidas que regulem o ecossistema digital – que é de todos e para todos – de modo a promover uma cultura de responsabilidade, bem como valores intrínsecos às sociedades democráticas. Compreender o valor acrescentado de um comentário *online* no final de cada notícia e o grau de importância dada pelos *media* levaria a que o “repositório” de comentários existentes no final de cada notícia – onde o utilizador-comentador interage/reage a um assunto que lhe desperte interesse – se tornasse num melhor ciberespaço de debate de ideias/argumentos.

Comentar aproxima o utilizador do *médium*, porém a gestão/moderação de comentários nos *sites* noticiosos ainda não se adaptou à «democracia do teclado». O controlo desta problemática, ou pelo menos, a tentativa de controlo, carece de vigilância.

Nesta investigação, procuramos descortinar os limites e desafios da contribuição do utilizador nos *sites* noticiosos. O utilizador-comentador é uma mais-valia? É (des)valorizado pelo *medium*? O grau de interatividade/reactividade é mais elevado entre utilizadores, do que entre utilizador e jornalista? Também é importante perceber quem comenta o enfoque noticioso, de que forma o faz, porque o faz, bem como a linguagem utilizada.

Durante esta investigação foram analisados, ao longo de quatro meses – janeiro, fevereiro, março e abril – do presente ano, 2055 comentários de utilizadores de dois *sites* noticiosos portugueses – *Jornal de Notícias* e *Público* – pertencentes às editorias de *Desporto* e *Política*. De salientar que o *corpus* de investigação foi delimitado a dez

dias de cada mês, de forma intercalar. Entre os principais resultados, podemos destacar: fraca interação entre utilizador e jornalista; desigualdade de participação nos *sites* noticiosos, que poderá estar relacionada com os sistemas de moderação implementados; elevada reação e percentagem de comentários fora da temática em causa; e, por fim, comentários com chamadas de atenção para a notícia (sugestões de correção e alertas para comentários impróprios).

A não homogeneização das políticas de controlo continua a ser um dos graves problemas da tão prometida interatividade, não havendo investimento por parte dos órgãos de comunicação social para a gestão da panóplia de comentários. Urge pensar nestas questões, uma vez que ninguém quer se conotado de infoexcluído.

Palavras-chave: interatividade; reatividade; utilizador; *user-generated content* (UGC); sistemas de moderação

Abstract

The comment online has become a global dialogue, a conversation space macro that lacks constructive discussions. In a deregulated environment, is urgently considering measures governing the digital ecosystem – it's all and for all - in order to promote a culture of responsibility and values to democratic societies. Understand the added value of a user-generated content at the end of each news, and the degree of importance given by the average value that would lead to the "deposit" of existing comments at the end of each story - where the user interacts/reacts to a subject that it will be your interest – to become a best cyberspace brainstorming/arguments.

The comments approximate the user to media, but the management/moderation of comments by online newspapers aren't adapted to the "democracy of the keyboard." The control of this problem or at least to attempt the control requires supervision. In this research, we seek to uncover the limits and the challenges of the user-generated content in online newspapers. Is the user an asset? Is it or not a valued at media? Is the degree of interactivity/responsiveness higher to among users? Or to users and journalists? It's important to realize who tells the news, how you do and the meaning of what you do, and also the language that you use.

During the investigation were analyzed this four months – January, February, March and April – in 2014, 2055 comments from users of two Portuguese online newspapers – Jornal de Notícias and Público – that belong to the editors of Sport and Politics. The

body of investigation was delimited to ten days of each month. Beyond the main results, the conclusion can be that the interaction between user and journalist is weak; also an unequal participation in this online newspapers, which can be associated in the moderation systems; a high percentage of reaction and comments off-topics; and, finally, comments that pay attention to the online newspapers.

The unequal of political control remains to the one of serious problems in interactivity as it promised, without investment by the media to the management of the range comments. It's urgent thinking about these issues, since nobody wants to be titled like an offline person.

Keywords: interactivity; responsiveness; user; user-generated content (UGC); systems of moderation

Na era digital vivemos num turbilhão de informação, onde desejamos a um ritmo veloz estar ativos num mundo que se tornou pequeníssimo, já que podemos virtualmente estar presentes em qualquer lugar. Aqui, estar *offline* por algumas horas significa uma considerável desatualização daquilo que está a acontecer no ciberespaço. No entanto, é humanamente impossível acompanhar toda a informação patente na rede. O utilizador é, aqui, claramente ultrapassado pela tecnologia. Contudo, emergem novas relações interpessoais: interativas/reativas – uma das grandes vantagens do ecossistema digital. Autores como Primo (1999), Castanheira (2004), Gillmor (2005), Rost (2006), Zamith (2007), Abdulmalik (2009), Paiva (2013), entre outros, foram essenciais para (des)construir conceitos como interatividade e reatividade.

Entre outras possibilidades, o utilizador pode comentar os mais diversos temas, assumindo diversas identidades. Comentar aproxima o utilizador do *médium*, porém a gestão/moderação de comentários nos *sites* noticiosos ainda não se adaptou à «democracia do teclado». O controlo desta problemática, ou pelo menos, a tentativa de controlo, carece de vigilância. Uma das identidades que é possível assumir, ou melhor, ocultar é o anonimato que, por conseguinte, é uma das maiores preocupações do mundo *online*. O utilizador-comentador camufla a sua identidade para se sentir mais à vontade, evitando ser julgado em praça pública, neste caso, no ciberespaço. Também as falsas identidades põem em causa valores éticos, bem como a responsabilidade cívica intrínseca a cada ser humano.

Alejandro Rost (2008) chega a questionar se o conteúdo produzido pelo utilizador melhora o trabalho jornalístico. Contudo, Rost (2008) afirma que «el concepto de Interactividad es clave para estudiar la relación entre los media y los usuarios».

Se numa perspetiva sociológica é possível ter comunicação sem interação, então os utilizadores podem comunicar de forma reativa, sem terem a “obrigatoriedade” de interagir. Já Rafaeli (1988) defendia o conceito de *responsiveness* e Rost (2006) falava em *relative communication*.

Quando se desconstrói o conceito de interatividade percebe-se que este se difere da reatividade, na medida em que a primeira implica comunicação entre duas ou mais pessoas e a reatividade apenas é uma reação a determinada situação/acontecimento. A interatividade, tal como diz Rost (2006) depende do tempo de resposta, da qualidade dos resultados de interação e da complexidade do “diálogo”. Já a reatividade depende apenas do interesse/impacto que o acontecimento tem no utilizador.

Também a vanglorização das potencialidades interativas por parte dos *media* e a sua auto qualificação de mecanismos interativos acaba por não corresponder à realidade do que realmente oferecem. Zamith (2007) alertava para esta situação quando dizia que só era aproveitado 17% das potencialidades interativas.

Só o Público contém sistema de moderação de comentários que, ao contrário do JN, filtra os comentários tendo os utilizadores como colaboradores. Também o impacto do jornalista na caixa de comentário deixa a desejar, verificando-se que este sistema de proximidade para com o utilizador é um repositório de reações, interações, opiniões sem feedback de quem escreve o acontecimento noticioso. Levando a crer que a «grande distância» constatada por Zamith (2007) entre órgão de comunicação e utilizador continua a existir.

Ao longo dos quatro meses de observação – janeiro, fevereiro, março e abril de 2014 – Política teve mais do dobro dos comentários (1249), ficando Desporto com apenas 806.

Na secção Desporto verifica-se que o *Jornal de Notícias* é o site noticioso que mais comentários, reúne, com 88% do total. Já o *Público* tem apenas 12%, podendo-se concluir que o nível de participação permitida nesta editoria do *Público* é bastante mais baixo. Esta diferença de resultados está, sem dúvida, relacionada com a política de gestão/moderação do *Público*, que é muito mais rigorosa.

Quanto ao tema do comentário é possível concluir que 51% dos comentários estão diretamente ligados à notícia, contribuindo assim para uma mais-valia jornalística e social para quem lê a respetiva notícia e comentário(s).

No entanto, a percentagem de comentários que não está relacionada com o enfoque noticioso atinge os 35%, o que é um sinal de alerta para o órgão de comunicação, já que a partir de dado momento os comentários deixam de contribuir para o acontecimento noticioso e, por conseguinte, perdem interesse.

No que respeita ao tipo de interatividade/reactividade verifica-se que no *JN* os utilizadores são mais reativos ao atingir 64%, valor muito distante do *Público* que apenas se situa nos 9%. Estes valores confirmam a hipótese de que o utilizador reage à notícia não interagindo propriamente com outros utilizadores ou com o(a) autor(a) da notícia. Contudo, a interação interpares representa 26% da amostra, dos quais 23% pertencem ao *JN*.

A interação jornalista/utilizador apenas representa 1%, sendo esse comentário de um utilizador do jornal *Público*.

Quanto ao grau de interatividade, 70% dos comentários não respondem a outros comentários. Já 30% são respostas a um ou mais comentários e/ou utilizadores.

Na secção Desporto, o género masculino é quem comenta praticamente 50% das notícias. Porém há utilizadores que não são possíveis de identificar devido às expressões que utilizam no momento do registo.

No que respeita ao tipo de comentário analisado, 63% são reativos, seguindo-se a interação com 27% e o desabafo com 7%.

Na secção de Política observou-se uma amostra muito desigual, onde o *Jornal de Notícias* possui 82% de comentários e o *Público* com 18% da amostra, verificando-se mais uma vez que este último contém bastante rigor na sua política de gestão/moderação no que respeita à caixa de comentário.

Em relação ao tipo de interatividade/reactividade foram observados 63% de comentários reativos no *JN* contra os 14% no *Público*. Pode-se então dizer que, o *Jornal de Notícias* possui mais utilizadores reativos do que o *Público*. Também a interação interpares é muito maior entre os utilizadores do *JN* (19%), do que com os utilizadores do *Público* (4%), verificando-se uma maior proximidade entre utilizadores no *JN*. O facto de 77% (63% no *JN* + 14% no *Público*) dos comentários não serem resposta a outros comentários confirma a teoria da reatividade – hipótese levantada e conceito defendido ao longo da dissertação.

Essa hipótese é, uma vez mais, reforçada no tipo de comentário, onde 53% (*JN*) e 13% (*Público*) são reativos, contra os 18% (*JN*) e 3% (*Público*) interativos.

Passando agora para o registo do utilizador são os pseudónimos que mais se utiliza – 30% (*JN*) e 7% (*Público*) – e registos com números e palavras impercetíveis ocupam o segundo lugar – 20% (*JN*) e 1% (*Público*).

Registos como camarada patricio, antilambebotas, delinquente politico, eleições, integral, parolo, trotil, retornado, comuna, joaozinho do bigode farto ou tripeiro estão ligados ao enfoque noticioso e/ou a determinado utilizador. No Público, os utilizadores são muito mais contidos quanto à escolha de um nome/nickname, dadas as regras de moderação. Porém, também se encontra pseudónimos que fogem às normas deste órgão de comunicação, como, ceci n'est pas une nick, AMIGO_DO_ORGASMO_CARLOS, a_mae_da_tua_mae.

É importante estudar a problemática da caixa de comentários dos sites noticiosos, a fim de serem desenvolvidos mecanismos para este espaço de opinião pública onde o utilizador reage e interage de acordo com o que é dito e como é dito. A não homogeneização das políticas de controlo continua a ser um dos graves problemas da tão prometida interatividade, não havendo investimento por parte dos órgãos de comunicação social para a gestão da panóplia de comentários. Urge pensar nestas questões, uma vez que ninguém quer se conotado de infoexcluído.

Bibliografia

BARBOSA, E. (2001). Interactividade: A grande promessa do jornalismo online. Disponível em:

<http://www.bocc.ubi.pt/pag/barbosa-elisabete-interactividade.pdf> (acedido a 10-06-2013)

BASTOS, Hélder (2010). Ciberjornalismo: dos primórdios ao impasse. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/bastos-helder-ciberjornalismo-dos-primordios-ao-impasse.pdf> (acedido a 28-9-2013)

CASTANHEIRA, J. P. (2004). No Reino do Anonimato: Estudo sobre o Jornalismo Online. Coimbra: Minerva Editora.

DAHLBERG, L. (2004). The Habermasian Public Sphere: a specification of the idealized conditions of democratic communication. Disponível em:

<https://www.sussex.ac.uk/webteam/gateway/file.php?name=10-1a.pdf&site=412>

DEUZE, Mark (2007). Media Work: Digital Media and Society. Polity. (p.141-170)

- DÍAZ Noci, J. et al. Comments in News, Democracy Booster or Journalistic Nightmare: Assessing the Quality and Dynamics of Citizen Debates in Catalan Online Newspapers. International Symposium on Online Journalism. Disponível em: <https://online.journalism.utexas.edu/2010/papers/Nocietal10.pdf> (20-05-2013).
- GILLMOR, D. (2005). Nós, Os Media. Lisboa: Editorial Presença.
- HWANG, Jang-Sun and Sally J. McMillan (2002). "The Role of Interactivity and Involvement in Attitude toward the Web Site." Disponível em: http://www.academia.edu/1035710/Measures_of_perceived_interactivity_An_exploration_of_the_role_of_direction_of_communication_user_control_and_time_in_shaping_perceptions_of_interactivity (acedido a 14 de janeiro de 2014)
- JENSEN, Jens F. (1998). Interactivity: tracking a new concept in media and communication studies. Disponível em: www.organcode.net/jensen.pdf
- LEMO, André (2000). Anjos Interativos e Retribalização do Mundo sobre Interatividade e Interfaces Digitais. Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/lemos/interativo.pdf> (acedido a 14-10-2013)
- LEMO, Manuel (1998). Estar na Internet: Tudo o que precisa saber sobre a Internet. Edições McGraw-Hill.
- PAPACHARISSI, Z. (2008). The Virtual Sphere 2.0: The Internet, the Public Sphere and beyond. Handbook of Internet Politics, Andrew Chadwick & Philip Howard (Eds.), Taylor & Francis. Disponível em: <http://www.ciberdemocracia.net/victorsampedo/wp-content/uploads/2012/12/Papacharissi-The-Virtual-Sphere-Revisited-Handbook.pdf>
- ROST, A. (2006). La interactividad en el período digital. Tese de Doutoramento defendida na Universidade Autónoma de Barcelona.
- TORRES DA SILVA, M. (2013). Participação e deliberação: um estudo de caso dos comentários às notícias sobre as eleições presidenciais brasileira. Comunicação e Sociedade, vol. 23, 2013, pp. 82 – 95.
- ZAMITH, F. (2007). As potencialidades da internet nos ciberjornais portugueses. Tese de mestrado em Ciências da Comunicação, especialização em Informação e Jornalismo
- ZAMITH, Fernando (2011). O subaproveitamento das potencialidades da Internet pelos *ciberjornais portugueses*. Prisma.com: Revista de Ciências da Informação e da Comunicação do CETAC, n.º 4, Junho 2007, p. 33-58. In <http://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/26179/2/000106351.pdf> (acedido a 28-9-2013)

Outros documentos:

<https://online.journalism.utexas.edu/2010/papers/Nocietal10.pdf>

<http://www.publico.pt/nos/criterios-de-publicacao>

<http://www.jn.pt/info/termosdeuso.aspx>

Constituição da República Portuguesa

Código Penal

Código Civil

Lei de Imprensa